



# 电子商务环境下第三方物流发展策略探讨

杨 莉

(江西交通职业技术学院 江西, 南昌 330013)

**摘要：**近年来，电子商务以惊人的速度发展，深刻改变了我国传统产业的运营方式，推动了社会消费结构和商业模式的变革。作为电子商务交易链条中不可或缺的环节，第三方物流企业的地位日益凸显。然而，当前我国第三方物流发展仍存在与电商需求不匹配、信息化水平低、服务能力不足等问题。本文在分析电子商务与第三方物流关系的基础上，探讨了当前第三方物流企业在电商环境下面临的机遇与挑战，重点从配送模式创新、信息化建设、组织管理、人才培养、战略协同等方面提出发展策略，以期为第三方物流企业更好地融入电子商务生态体系提供理论支撑和实践借鉴。

**关键词：**电子商务；第三方物流；融合发展；创新策略；信息化

## 0 引言

随着信息技术的快速发展和消费需求的不断升级，电子商务已成为推动我国经济转型和产业升级的重要动力。从传统的 B2B 到 C2C、B2C 再到近年来迅速兴起的 O2O、社交电商等新模式，电商平台已经全面渗透至各类生活和商业领域。而作为实现线上订单到线下交付的关键环节，物流系统的重要性与日俱增，特别是具备专业化、规模化服务能力的第三方物流企业，正逐步成为电商生态中不可或缺的合作伙伴。

然而，当前我国第三方物流行业总体发展仍滞后于电商的发展节奏。一方面，物流配送效率不高、服务标准不一、信息孤岛现象普遍；另一方面，部分第三方物流企业缺乏现代化管理理念与技术支持，难以适应电商高频、小批、快节奏的运作需求。因此，深入研究电子商务环境下第三方物流的发展策略，探索物流与电商高效融合之道，具有重要的理论价值和现实意义。

## 1 电子商务与第三方物流的互动关系

电子商务是利用互联网技术实现商品交易、信息交换与服务的商业形态，其本质是对传统商业模式的重构。而第三方物流（Third-Party Logistics, 3PL）则是指由独立于买卖双方的专业物流企业提供包括运输、仓储、配送、信息处理等在内的一体化物流服务。

随着电商交易频率和规模的扩大，物流需求从传统的大宗、定点运输向小批量、多批次、即时配送转变。电商平台依托第三方物流企业实现

订单履约，第三方物流则借助电商拓展服务范围、提高资源利用率。二者相互依存、相辅相成，共同构建出以消费者为中心的高效供应链体系。

近年来，顺丰、京东物流、菜鸟网络等第三方物流企业不断与各类电商平台深化合作，打通信息流、资金流与物流的联动机制，显著提升了供应链整体响应能力。这种合作不仅仅是物理配送层面的协作，更是基于数据驱动的业务协同，推动了电商与物流的深度融合。

## 2 当前第三方物流发展面临的主要问题

尽管近年来我国第三方物流市场快速发展，但与电子商务的爆发式增长相比，仍存在明显的结构性矛盾和服务短板：

### 2.1 信息化程度不足

许多中小型第三方物流企业在信息系统建设方面相对滞后，缺乏对现代物流技术的系统性投入，仍主要依赖传统的人工记录、电话沟通、纸质单据等方式进行订单管理与仓储调度。这种落后的管理手段不仅大大降低了物流操作效率，也导致信息传递延迟、数据更新不及时，难以实现与电商平台的系统对接与实时交互。尤其在“双11”“618”等促销高峰期，订单量激增，信息处理能力不足的问题更加突出，容易出现漏单、错单、延迟配送等情况，直接影响用户购物体验与电商平台信誉。此外，物流过程中各环节信息的不可视、不可控，也使得电商企业难以有效追踪物流状态、优化供应链管理，降低了协同效率与客户满意度。因此，推动中小型第三方物流企业加快信息系统升



级改造,构建涵盖订单处理、仓储管理、配送调度、客户反馈等功能的一体化智能平台,已成为提升企业核心竞争力和适应电商发展趋势的必由之路。

## 2.2 配送模式传统,响应迟缓

当前多数第三方物流企业仍主要依赖传统的“干线运输+落地配”运营模式,即通过长途运输将货物集中配送至城市节点后,再由本地配送人员完成最后一公里投递。虽然这一模式在早期大宗商品流通中具有一定效率,但面对当前电子商务“高频次、小批量、快节奏”的订单特点,尤其是在“次日达”“当日达”等服务标准已成为主流的背景下,该模式的响应速度和灵活性显得严重不足。一旦遇到促销高峰或特殊天气等突发情况,配送压力迅速上升,容易导致延误、丢件、信息滞后等问题。

此外,在末端配送环节,人员不足、配送路线安排不合理、快递柜使用冲突等问题仍普遍存在,造成用户体验不佳。在退换货和售后物流方面,部分第三方物流企业尚未建立完整的逆向物流体系,难以满足消费者“无忧退换”的服务期待,不仅增加了电商平台的投诉率,也影响了品牌形象和客户黏性。再者,售后服务的响应慢、流程繁琐,也降低了电商订单的整体履约效率。因此,第三方物流企业亟需在末端物流、逆向物流与售后支持等方面进行模式革新与服务升级,通过技术赋能与流程优化全面提升服务能力,以匹配电商行业快速发展的需求。

## 2.3 人才结构不合理,管理粗放

当前,我国物流企业普遍面临人力资源结构性矛盾,严重制约了行业的高质量发展。在管理层面,具备现代物流理念和数字化运营能力的复合型管理人才严重短缺,导致企业在流程优化、成本控制和战略规划等方面难以实现精细化管理。操作岗位则存在技能水平整体偏低的问题,许多一线员工仅掌握基础装卸、分拣技能,缺乏自动化设备操作、智能系统应用等新型物流技术培训,难以适应智慧物流转型需求。

## 2.4 与电商协同度不高

部分传统物流企业仍停留在基础仓储运输服务阶段,对电商平台的运营逻辑和供应链需求理解不足。这些企业往往将电商物流简单视为“仓储+配送”的外包业务,未能深入把握电商特有的

预售、大促、直播带货等场景下的物流需求特点。在合作模式上,仍以按票计费、固定线路等传统方式为主,缺乏弹性化、定制化的服务能力。

这种浅层次的合作模式导致物流企业难以融入电商供应链体系:一方面,由于未接入电商平台的销售预测、库存管理等数据系统,物流企业无法实现智能备货和动态路由规划;另一方面,缺乏云仓协同、智能分单等数字化工具的支持,在应对“618”“双11”等订单峰值时经常出现爆仓、延误等问题。更关键的是,这种割裂的协作方式阻碍了供应链上下游的数据互通和流程再造,使库存周转率、订单满足率等关键指标难以优化。

## 3 第三方物流在电商环境下的发展策略

部分传统物流企业仍停留在基础仓储运输服务阶段,对电商平台的运营逻辑和供应链需求理解不足。这些企业往往将电商物流简单视为“仓储+配送”的外包业务,未能深入把握电商特有的预售、大促、直播带货等场景下的物流需求特点。在合作模式上,仍以按票计费、固定线路等传统方式为主,缺乏弹性化、定制化的服务能力。

这种浅层次的合作模式导致物流企业难以融入电商供应链体系:一方面,由于未接入电商平台的销售预测、库存管理等数据系统,物流企业无法实现智能备货和动态路由规划;另一方面,缺乏云仓协同、智能分单等数字化工具的支持,在应对“618”“双11”等订单峰值时经常出现爆仓、延误等问题。更关键的是,这种割裂的协作方式阻碍了供应链上下游的数据互通和流程再造,使库存周转率、订单满足率等关键指标难以优化。

### 3.1 创新物流配送模式,提升服务质量

第三方物流企业应根据不同类型电商平台的业务特征,创新多元化配送方案。例如:针对大城市可布局前置仓和自提点,提高“最后一公里”配送效率;针对农村和边远地区可采用协同配送、社区代收、智能柜派送等方式,降低运营成本。同时,应借助大数据分析技术,对订单分布、客户偏好、物流热点等数据进行挖掘,优化运输线路和仓配网络布局,实现“人、车、仓”资源的动态调度,提高配送精准度和客户满意度。

### 3.2 加快信息系统建设,实现数据互联互通

第三方物流企业应大力建设现代物流信息平



台,实现订单、库存、配送、结算等各环节的数字化管理,推动 ERP、WMS、TMS 等系统的集成化应用。同时,要与电商平台建立数据接口,实现订单实时传输、库存动态共享、物流状态同步更新,打造“透明可视”的服务链条。此外,应积极应用 RFID、物联网、人工智能等新兴技术,实现从货物接收、分拣、配送到签收的全过程智能化跟踪,提高运作效率与信息透明度。

### 3.3 强化员工培训与人才体系建设

物流服务的本质是人对人的服务,因此员工的素质直接决定了服务的品质。第三方物流企业应建立系统化培训机制,定期组织业务知识、服务礼仪、技术操作等方面的培训,并结合岗位特点设立激励机制和晋升通道,激发员工积极性。对于中高层管理者,应注重其战略视野与数字化管理能力的培养,引导其运用现代供应链思维推动企业转型升级。

### 3.4 加强与电商平台的战略协同

第三方物流企业应改变被动承接订单的局面,积极融入电商平台的整体战略布局,参与前期需求预测、仓储选址、售后服务等环节,形成从“接单服务”向“联合运营”的战略转型。在此过程中,应建立协同研发、联合投资、风险共担的合作机制,共同打造“产、供、销、配”一体化的生态系统,实现双方长期稳定的合作关系。

### 3.5 拓展增值服务,延伸产业链条

现代第三方物流企业不应仅限于传统“运输+配送”功能,还应在仓储管理、逆向物流、订单处理、包装服务、客服支持等方面提供一站式解决方案。如设立退换货中心、售后维修站等,以增强客户粘性和服务附加值。此外,可探索金融服务、电商代运营、供应链金融等新业务,延伸产业链,提升盈利能力与市场竞争力。

## 4 结语

电子商务的发展为第三方物流企业提供了前所未有的市场机遇,也带来了服务创新与管理转型的巨大挑战。面对新的竞争格局与客户需求,第三方物流企业唯有通过配送模式、信息化水平、人才队伍、战略合作等多方面的协同创新,才能在激烈的市场竞争中立于不败之地。未来,物流与电商将进一步融合,形成更加开放、智能、高效的供应链生态系统。第三方物流企业应以此为契机,重塑服务理念,提升核心能力,实现从“支持角色”向“价值共创者”的角色跃升。

### 参考文献:

- [1] 李楠. 数字经济背景下第三方物流企业转型发展路径研究[J]. 中国物流与采购, 2021(23): 102-104.
- [2] 王雪飞. 新电商背景下第三方物流发展瓶颈与对策[J]. 商业经济研究, 2022(6): 118-120.
- [3] 陈玉洁, 杨秀清. 基于大数据的第三方物流信息化建设路径研究[J]. 物流科技, 2023, 46(2): 56-59.
- [4] 刘恒宇. 电商物流协同发展模式研究——基于平台经济视角[J]. 商场现代化, 2021(15): 145-147.
- [5] 胡琼. 我国第三方物流企业服务质量优化策略研究[J]. 现代商业, 2022(12): 88-90.
- [6] 郝志强. 电子商务时代背景下第三方物流人才培养模式研究[J]. 教育现代化, 2021, 8(34): 115-117.
- [7] 冯旭. 基于区块链技术的电商物流管理模式创新探析[J]. 科技经济市场, 2023(4): 71-72.
- [8] 吴丹丹. “双碳”目标下第三方物流绿色发展路径研究[J]. 中国储运, 2022(9): 44-47.
- [9] 张耀文. 我国电商平台与第三方物流协同发展机制探讨[J]. 电子商务导刊, 2023(7): 39-42.
- [10] 国家邮政局. 中国快递发展指数报告(2023年)[R]. 北京: 国家邮政局发展研究中心, 2023.